

Koulutusala Kulttuuriala	
Koulutusohjelma Muotoilun koulutusohjelma	
Työn tekijä Susanna Ylärinta	
Työn nimi PULA - markkinoinnin muotoilu	
Päiväys 28.11.2014	Sivumäärä/Liitteet 155/5
Ohjaaja Auli Mustonen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) -	
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyössä muotoillaan markkinointisuunnitelma tulevalle korualan yritykselle nimeltä PULA. Suunnitelmalle on rakennettu tietopohja markkinointiteoria CREF -mallista. Työ sisältää asiakassegmenttien muodostamista, kilpailustrategian rakentamista ja lisäksi siinä paneudutaan markkinoinnin keinoihin ja markkinointimedioihin. Keinot ja markkinointimedit esitellään PULAn näkökulmasta niin, että jokaiseen niistä on laadittu tulevaisuuden strategia. Keinoja ja medioita ovat blogimarkkinointi, kotisivumarkkinointi, yhteisöllisissä medioissa markkinointi sekä perinteiset keinot, suoramarkkinointi, puskaradio ja tapahtumamarkkinointi.</p> <p>Työ on muotoilijan näkökulma markkinointiin. Siinä pyritään näkemään muotoilu ja markkinointi rinnakkaisina tekijöinä, joiden yhdistäminen luo kilpailukykyä. Työn painopiste on markkinointimedioissa, joissa muotoilijan ammattitaidolla on suuri merkitys. Työssä korostuu sisältömarkkinoinnin sekä kahdensuuntaisen markkinoinnin tärkeys.</p>	
Avainsanat markkinoinnin muotoilu, CREF -malli, asiakassegmentointi, markkinaperusteinen segmentointi, tuotepohjainen segmentointi, kilpailustrategia, blogimarkkinointi, kotisivumarkkinointi, yhteisölliset mediat, suoramarkkinointi, tapahtumamarkkinointi, puskaradio, hakukoneoptimointi, sisältömarkkinointi	

Field of Study Culture	
Degree Programme Degree Programme in Design	
Author Susanna Ylärinta	
Title of Thesis PULA - designing marketing	
Date 28.11.2014	Pages/Appendices 155/5
Supervisor Auli Mustonen	
Client Organisation /Partners -	
<p>Abstract</p> <p>The thesis is about designing a marketing plan for the future jewellery company called PULA. The knowledge base for the business plan is a marketing theory: model CREF. The work includes the formation of customer segments, building competitive strategy and it also focuses on marketing media and the different ways of marketing. The ways of marketing and the marketing media are presented from PULA's view by designing a future strategy in every field. The fields are blog marketing, website marketing, community-based media as well as traditional marketing methods, direct marketing, event marketing and word of mouth -marketing.</p> <p>The work is a designer's perspective on marketing. It aims to see the design and marketing as parallel factors, whose combination creates competitiveness. The focus is on marketing media, where designer's professional skills has great importance. The work highlights the role of content marketing and underlines a collaboration with customers.</p>	
<p>Keywords</p> <p>marketing design, CREF model, customer segmentation, market based segmentation, product based segmentation, competitive strategy, blog marketing, website marketing, community-based media, direct marketing, event marketing, word of mouth -marketing, search engine optimization, content marketing</p>	